

Ruido

Del lat. tardío *rugītus* 'rugido', 'estruendo'.

1. m. Sonido inarticulado, por lo general desagradable.
2. m. Litigio, pendencia, pleito, alboroto o discordia.
3. m. Apariencia grande en las cosas que no tienen gran importancia.
4. m. Repercusión pública de algún hecho. *Sus declaraciones han producido mucho ruido.*
5. m. Ling. En semiología, interferencia que afecta a un proceso de comunicación.
6. m. germ. Hombre que hace tráfico de prostitutas.

ruido de fondo

1. m. Sonido de baja intensidad, generalmente uniforme y continuo, que subyace en un cierto entorno y que puede resultar perturbador.
2. m. Electr. Señal perturbadora en un circuito producida por sus componentes.

Obstáculos que puedan surgir durante el proceso comunicativo y que impiden que el mensaje se interprete correctamente por el receptor

Ruido es todo aquello que perturba un proceso de comunicación: interferencias, alteraciones o interrupciones, el proceso de la comunicación. Lo que impide, distrae lo que el emisor quiere que el receptor comprenda.

El ruido Afecta a los elementos básicos de la comunicación:

Sobre el mensaje: interfieren físicamente sobre el sonido que representa al mensaje (interferencia de sonidos), modificándolo y reduciendo su inteligibilidad total o parcial.

Sobre el receptor: actúa como distractor, generando difusión de la atención, pérdida de parte del mensaje, confusión...

Sobre el emisor: actúa provocando sobreesfuerzo de voz y modificaciones en la velocidad, el tono y timbre, la entonación, el contenido y la duración de los mensajes...

Tipos de ruidos

Ruido en el canal: Una vez ubicado el mensaje en el canal queda expuesto a la posibilidad de ruido

Este ruido corresponde al momento de transmisión del mensaje.

- En la com. masiva el ruido de canal incluye perturbaciones como:
- Ruidos parásitos en una transmisión.
- Tinta borroneada en un periódico
- Mala recepción en un dispositivo etc.

Ruidos fisiológicos: Se llaman también orgánicos y se ocasionan por disfunciones, enfermedades y otras limitantes que intervienen en el cuerpo humano. Afecta directamente las habilidades comunicativas codificadoras como: hablar, escribir y pensar; a las decodificadoras como: escuchar, leer y pensar.

Ruidos psicológicos. Estos se relacionan con la actitud y la conducta que el individuo guarda con relación a su persona, a las personas con quienes se comunica y hacia el contenido de estos mensajes. Se da de acuerdo a sus experiencias o creencias. Ejemplos: la discriminación, los prejuicios o actitudes negativas hacia algo o alguien, etc.

Ruidos ideológico-culturales. Se relacionan con la posición que guardan las personas dentro de la estructura social y las posiciones que los llevan a tomar una ideología o visión del mundo, misma que se refleja en la adquisición de ideas, creencias, valores, normas y conductas. Como ejemplo está el diálogo entre dos personas que siguen religiones diferentes o de partidos distintos y antagónicos; en este caso, la comunicación se torna difícil o simplemente se cierra por tener intereses, creencias y valores distintos.

Ruidos semánticos. Estos se presentan en el mensaje y consisten en problemas de sentido, significación, acepciones del lenguaje y, en general, de la decodificación de los signos y símbolos. Todo consiste en que el emisor y receptor tienen un significado distinto del mismo significante o mensaje. Tienen que ver con una interpretación equivocada del mensaje. Ciertos elementos del mensaje se pierden para él, por lo tanto, el significado cabal no llega a destino.

Subtipos de ruidos semánticos:

Temas demasiado difíciles para el receptor.

Diferencias entre ambos polos respecto de las denotaciones de los signos. Sintaxis confusa del mensaje.

Ruidos sintácticos. Surgen por una mala o pobre configuración relacional entre los componentes que componen un mensaje. La existencia de ruidos sintácticos puede originar ruidos semánticos

Ruidos técnicos. Consisten en aquellas fallas producidas en el canal de comunicación de los aparatos tecnológicos y que alteran el flujo nítido de los mensajes. Un ejemplo es la conversación telefónica entre un locutor y un radioescucha y la entrada de un ruido constante en el auricular que afecta dicho diálogo, pues no se escuchan claramente las voces o mensajes

Tipos de barreras en la comunicación:

Barreras personales o psicológicas: Debidas a los valores, hábitos, cultura, de las personas que participan en el proceso de comunicación. Por ejemplo: Estereotipos: Se producen cuando emitimos juicios sobre una persona (a la que no conocemos aún) en base a la idea que tenemos del grupo al que pertenece. Son generalizaciones que se utilizan para clasificar a las personas según el grupo al que pertenece. Efecto halo: el receptor resulta influido por la impresión favorable o desfavorable que tiene de una persona, de manera que llega a perder información relevante.

Barreras físicas: Son las interferencias que se producen en el ambiente de la comunicación y que se pueden evitar fácilmente: Ruidos o murmullos, que no permiten escuchar al emisor, interferencias radiofónicas o telefónicas, el corte de línea telefónica cuando navegamos por Internet, e incluso una iluminación deficiente o inadecuada temperatura pueden impedir la adecuada comprensión del mensaje por el receptor.

Barreras semánticas: Surgen en la comunicación debido a una incorrecta interpretación de los signos del código, por ejemplo hablar en un idioma que no dominamos o emplear una terminología muy técnica que desconocemos.

Estrategias para evitar las barreras de la comunicación

El emisor al elaborar su mensaje deberá ser consciente de la existencia de las barreras y procurar evitarlas, mediante:

La preparación del mensaje.

Utilización de un lenguaje sencillo o adaptado al receptor.

Usar frases cortas y eliminar la información irrelevante.

Hacer uso de la retroalimentación, para comprobar si el receptor comprende el mensaje y corregir o aclarar lo que no quede claro.

El receptor deberá hacer un esfuerzo y mantener una actitud de escucha activa, que conlleva una atención y concentración plena, evitando los filtros y las distracciones.

RUIDO EN LA COMUNICACIÓN

Claude Elwood Shannon

Claude Elwood Shannon (1916-2001): Graduado como ingeniero electricista en 1936 en la Universidad de Michigan, EEUU, comenzó a trabajar como asistente de investigación en el departamento de ingeniería eléctrica del Instituto de Tecnología de Massachusetts (MIT).

Allí realizaría su tesis de maestría en la que demostró cómo el álgebra booleana - teoría vinculada directamente con el código binario, la base del lenguaje digital- se podía aplicar al diseño de circuitos digitales.

En 1940 estudió una maestría en ingeniería eléctrica y se doctoró en filosofía matemática.

Trabajando en los laboratorios Bell, publicó "*A Mathematical Theory of Communication*", Bell System Journal, Vol. 27, julio y octubre 1948, págs. 379-423 y 623-656, y un año más tarde, a partir del trabajo en común realizado con **Warren Weaver**, aparecerá "*The Mathematical Theory of Communication*", publicado esta vez por la Universidad de Illinois.

Se trata del primer trabajo en el que posibilitó dar una dimensión física, "pesable y medible" a la información al que siempre conviene leer en conjunto con el teorema de Shannon - Hartley, según el cual **sólo es posible eliminar el "ruido" en la transmisión de información cuando el flujo de información no exceda la capacidad del canal.**

Los ruidos, representan a todo aquello que impide, distrae lo que el emisor quiere que el receptor comprenda. Los ruidos juegan un papel preponderante en la comunicación publicitaria por la frecuencia de su presencia. Como consecuencia de todos los ruidos que sufre el mensaje, desde de su emisión hasta su recepción, ocurre frecuentemente que la información a transmitir es distinta a la información transmitida y ésta a su vez es distinta a la información comprendida por el receptor.